érudit
www.erudit.org

Article

« L'intégration de l'Amérique francophone dans l'espace touristique européen : le cas de la Maison Champlain à Brouage (France) »

Adeline Vasquez-Parra

Francophonies d'Amérique, n° 31, 2011, p. 109-124.

Pour citer cet article, utiliser l'information suivante :

URI: http://id.erudit.org/iderudit/1008549ar

DOI: 10.7202/1008549ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. *Érudit* offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

Document téléchargé le 16 novembre 2015 07:54

L'intégration de l'Amérique francophone dans l'espace touristique européen : le cas de la Maison Champlain à Brouage (France)

Adeline Vasquez-Parra
Université Libre de Bruxelles

La Maison Champlain naît d'un projet transnational entrepris par le Conseil régional de Poitou-Charentes et l'ambassade du Canada en France à l'occasion des célébrations du 400e anniversaire des relations franco-canadiennes. La ministre canadienne du Patrimoine, Sheila Copps, et le président du Conseil général de la Charente-Maritime, Claude Belot, s'étaient alors chargés de lancer les travaux dès 2002 (Jacquet, 2002). Cet anniversaire célébrait notamment les 400 ans de l'entreprise de Pierre Dugua de Monts dans la colonisation de l'île Sainte-Croix (Plagnol, 2003). La Maison Champlain est située dans la ville de Brouage, haut lieu de l'histoire canadienne-française puisqu'elle est à la fois la ville natale de Samuel de Champlain, ancienne ville d'émigration vers la Nouvelle-France au XVIIe siècle, et le port d'attache des chalutiers de pêche à la morue au large de Terre-Neuve au XIXe siècle (Vige et Vige, 1990 : 24). Par ailleurs, son passé historique, qui la situe à la croisée des guerres de religion de la France du XVIe siècle et de l'exportation mondiale de sel à la même période, en a fait un passage obligé pour les touristes de la région.

Pourtant, l'absence d'expositions archéologiques substantielles n'a pas permis au site de la Maison Champlain de promouvoir le patrimoine de façon traditionnelle, au sens où l'entend l'historien tunisien Naim Ghali, qui définit le patrimoine comme « [t]out objet ou ensemble, naturel ou culturel, qu'une collectivité reconnaît pour ses valeurs de témoignage et de mémoire historique et pour qui elle ressent la nécessité de le protéger, de le conserver, de l'approprier, de le mettre en valeur et de le transmettre » (2009 : 404). Ainsi, la Maison Champlain est un lieu qui relie passé et présent en utilisant les nouvelles technologies pour valoriser un patrimoine oral devenu histoire(s).

Francophonies d'Amérique, no 31 (printemps 2011), p. 109-124

En effet, ce passage de l'histoire patrimoniale traditionnelle (matérielle) à un discours historique (immatériel) mis en scène au moyen d'écrans de télévision installés dans un décor futuriste (les écrans sont entourés de « bulles » transparentes dans lesquelles le spectateur prend place), et organisé de façon thématique et non chronologique, révolutionne en quelque sorte le discours historique généralement répandu dans l'industrie du tourisme de ces vingt dernières années (Breathnach, 2006 : 114). La déterritorialisation de l'histoire du Canada français n'est pourtant pas une nouveauté puisque d'autres sites en dehors du territoire canadien lui sont consacrés (Besnier, 2001 : 34). En effet, la ferme musée d'Archigny, qui commémore les Acadiens réfugiés pendant le Grand Dérangement au XVIII^e^ siècle dans la région française du Poitou, est un exemple d'introduction pédagogique à l'histoire acadienne au même titre que d'autres sites situés à l'extérieur de l'Acadie (en Louisiane, par exemple). Cette mise en tourisme (synonyme ici de mise en scène) du discours lié au Canada français est, pour certains, la conséquence culturelle de la mondialisation et, pour d'autres, le reflet d'une adaptation à des espaces dialogiques rendus possibles par les nouvelles technologies. En ce sens, le tourisme deviendrait un nouvel espace de préservation des mémoires. En analysant le discours historique déployé à la Maison Champlain, cet article se propose d'interroger les images et les représentations que l'Amérique francophone renvoie aux visiteurs. Il situera également ces représentations dans le rapport qu'elles entretiennent avec leur environnement afin de comprendre les liens qui unissent le discours historique sur l'Amérique francophone et le patrimoine culturel européen.

Brouage, petit village de 150 habitants isolé dans le marais charentais, a donc connu son heure de gloire dans les années 2000 avec des fouilles archéologiques entreprises au cœur de la ville. Submergée par la mer à l'époque romaine, la ville tire son nom de la boue (*broue* en dialecte saintongeais local) qui s'est alors formée au fur et à mesure de la progression des terres. Brouage progressera donc, d'un petit village à un port d'envergure internationale où l'on dit, selon les termes de Nathalie Fiquet, conservatrice de la Maison Champlain, « que c'est une Babel qui parle toutes les langues » (Fiquet, 2010). En effet, marchands et navigateurs affluent du monde entier sur les quais de Brouage durant tout le XVI^e^ siècle. Samuel de Champlain, fondateur de Québec et père de la première implantation française en Amérique du Nord en 1604, grandit donc dans une ville à la fois multiculturelle et ouverte sur l'océan ;

deux caractéristiques qui vont plus tard définir son personnage dans les ouvrages d'histoire de l'Amérique française. Selon Fiquet, « naître à Brouage donne forcément envie d'aller voir derrière ces murailles qu'on a autour de nous » (Fiquet, 2010). L'initiative de la Maison Champlain part donc d'un double constat transatlantique : Brouage est au cœur de l'histoire maritime de par son statut de ville du sel (« cet or blanc », comme on le qualifiait à l'époque de la Renaissance), mais aussi au cœur de l'histoire du Canada puisqu'elle a vu naître l'un de ses pères fondateurs.

L'importance de Brouage dans la mise en valeur du patrimoine national français n'est pourtant que relativement récente puisque ce n'est qu'à la suite (le site avait subi deux campagnes de restauration en 1930 et en 1966) du classement de la place et de son marais au titre de grands sites nationaux en 1989, que l'ancien port attire à nouveau les foules : « Restaurations de grande envergure, animations tous publics, expositions temporaires et permanentes font revivre le navire échoué au milieu des marais » (Champagne, 2010 : 225). Cependant, archéologues et historiens ne prennent pas encore toute la mesure de la riche nature de la ville. Pour Alain Champagne, « [l]a ville de Brouage constitue un exceptionnel réservoir archéologique des XVI^e^-XVII^e^ siècles, alors que, dans la plupart des villes françaises, ces niveaux sont souvent inaccessibles, puisque encore densément occupés par l'actuelle trame urbaine et souvent très abîmés par des aménagements des XIX^e^ et XX^e^ siècles » (2010 : 234).

La Maison Champlain est donc indissociable de son environnement immédiat : elle est prétexte, mais aussi contexte dans la mise en valeur du site de Brouage. Cette relation particulière avec le site même où elle se situe fait de la Maison Champlain une zone de contact où le visiteur est amené à prendre connaissance du rôle de Brouage dans l'Histoire. La Maison Champlain devient ainsi non pas gardienne du passé, mais discours sur le passé. Au sens traditionnel du terme, le musée se définit, selon l'anthropologue américain James Clifford, en tant que zone de contact, établissant ainsi une relation entre visiteur et mémoire(s) : « *A contact perspective views all culture-collecting strategies as responses to particular histories of dominance, hierarchy, resistance, and mobilization. And it helps us see how claims to both universalism and to specificity are related to concrete social locations*[1] » (1997: 213).

[1] « Une perspective de contact entrevoit toutes les stratégies de collections culturelles comme des réponses à des histoires particulières de domination, de hiérarchie, de

Dans cette perspective, la Maison Champlain nous interroge par son absence d'objets de « collections » provenant du passé et pose la question de savoir si le patrimoine entendu comme un ensemble discursif, bien que dialogique et ouvert à son environnement, ne le rend pas éphémère. Cette liberté du discours historique par rapport à une territorialité est bien au cœur du dispositif vidéo mis en place à la Maison Champlain. La scénarisation se déroule autour de cinq grands thèmes que sont : « Les prémices de la Nouvelle-France », « Brouage et l'ouverture sur les mers et les origines de Champlain », « Le commerce : moteur de découverte du territoire et prétexte de peuplement », « Apports floristiques et faunistiques de la Nouvelle-France », « La France en Amérique du Nord, la perception populaire de Champlain au cours des siècles » (Gouvernement du Canada, 2004). Les frontières sont floues, les acteurs de l'Histoire sont à la fois Français, Canadiens, maritimes, dénationalisant le discours historique pour l'inscrire dans un mode plus universaliste.

La Maison Champlain réussit à cet effet à concilier deux visions bien distinctes non seulement de l'historiographie du personnage de Samuel de Champlain, mais aussi des premières expéditions françaises dans le Nouveau Monde. Une de ces visions affirme que Champlain était un esprit libre, qui, à l'aide de la Compagnie des Cent-Associés, mit sur pied des projets économiques qui s'opposaient au colbertisme de l'époque, percevant par là l'intérêt commercial des colonies (Litalien et Vaugeois, 2004 : 24). Une autre de ces visions, prédominante au XX^e^ siècle, est celle qui impute à Champlain une volonté d'union avec les Indiens, dans un projet de paix et d'humanisme (« *humanist impulse* », selon les termes de l'historien américain David Hackett Fischer), portant Champlain au rang des symboles post-politiques. Cette vision romantique du personnage, selon Hackett Fischer, ne lui reconnaît pas de réels intérêts personnels ou politiques en Nouvelle-France : « *As distinct from liberty and freedom, he had no idea of liberty and freedom, he describes liberty and freedom as what he called* "la vie anglaise"[2] » (Hackett Fischer, 2009). Cette vision, qui enferme les Français dans un projet « d'amour et de paix » avec les

résistance et de mobilisation. Cela nous aide à mieux comprendre comment les revendications appartenant à la fois à l'universalisme et aux spécificités sont toutes reliées à des espaces sociaux concrets. » (Nous traduisons.)

2 « Concernant la liberté, il n'avait aucune idée de ce que pouvait recouvrir ce concept, il nommait liberté "la vie anglaise". » (Nous traduisons.)

Indiens, transforme les colonisateurs en figures molles de l'Histoire, reléguant la civilisation canadienne-française au rang des agents passifs de l'histoire économique nord-américaine. Cette fabrication du personnage de Champlain est l'effet d'une vision historique basée sur l'idéalisation de son personnage qui le dédouane, par ailleurs, de toute responsabilité dans l'échec de la colonisation française au Canada. Champlain en ressort grandi, fidèle à la représentation mythique d'un rôle immuable dans l'industrie touristique (Selwyn, 1996 : 45). À l'instar de certains scénarios retraçant l'épopée de Champlain au Nouveau Monde, les descriptions prennent un tour lyrique. Ainsi peut-on entendre, dans le dessin animé de Robert Doucet : « C'est ici dans les dernières années, qu'il a passé les plus beaux moments de sa vie à cultiver son jardin » (1989) ; Champlain devient un homme des Lumières avant l'heure, un personnage voltairien proche de Candide. Le tourisme, tout comme l'industrie cinématographique, devient lui-même production discursive (Chon, 1990 : 6) puisqu'il réinvente ou réaffirme le personnage historique.

La Maison Champlain contribue toutefois à la mise en perspective de l'identité canadienne-française, comme l'expliquent Christine Buzinde et ses collaborateurs : « *The images used to promote tourism rely heavily on ethnic/racial pictorial symbols in order to attract tourists to particular destinations*[3] » (Buzinde, Almeida Santos et Smith, 2006 : 707). Pourtant, associer Brouage au commerce transatlantique, à « l'histoire maritime », selon les termes de l'historien français Dominique Guillemet (2008), fait œuvre de déterritorialisation dans le sens où l'on arrache le lieu à un patrimoine ancré dans le territoire. Une histoire maritime ne s'attache pourtant à aucun territoire si ce n'est celui, vague, de la mer et pose en ce sens la question du patrimoine. Ainsi, pour les anthropologues Jean-Marie Furt et Franck Michel, « l'identité contribue au développement touristique autant que le tourisme contribue, pour sa part, à la refondation des identités. Ces identités, qu'elles soient culturelles, sociales ou politiques, entament alors un processus tantôt de destruction, tantôt de renaissance » (2006 : 7). Ce lien entre Brouage et l'Amérique du Nord est aujourd'hui entretenu comme en témoignent *Les Rendez-vous nomades* de Brouage, qui proposent lectures, spectacles et ateliers gratuits sur le

[3] « Les images utilisées pour promouvoir le tourisme reposent en grande partie sur des symboles picturaux ethniques qui attirent les touristes vers des destinations particulières. » (Nous traduisons.)

site de Brouage. Le public y est notamment invité à assister à une lecture déambulatoire, en musique, de textes des XVII^e^ et XVIII^e^ siècles portant sur les thématiques du voyage et de la découverte du Nouveau Monde. En ce sens précis, l'identité du territoire devient elle-même plus complexe avec l'activité touristique, qui n'est d'ailleurs pas toujours bien vécue par les populations locales : « *El context en què es pot identificar aquesta nova relació entre turisme, patrimoni i territori apareix caracteritzat per la tensió entre l'esforç de les ciutats per inserir-se competitivament en la globalització econòmica internacional i la reafirmació dels valors diferencials de la identitat local de les mateixes ciutats o regions en què s'ubiquen*[4] » (Morro et Sureda, 2009 : 46).

Les images de la Maison Champlain peuvent aussi se rattacher au pouvoir, qu'il soit politique ou économique. L'historien tunisien Driss Abbassi l'a montré en expliquant que « les représentations touristiques puisent leur origine dans la perception que l'on se fait du passé et du territoire d'un pays, représentations qui évoluent au gré des pouvoirs en place » (2009 : 387). Dans un de ses discours lors d'un voyage officiel au Canada le 2 septembre 1999, Jacques Chirac réaffirmait l'héritage gaulliste à l'origine de la relation affective entre la France et le Québec : « Avec le Québec, notre relation est également très forte, elle est plus affective encore et elle est pour nous tout à fait essentielle » (Chirac, 1999). Insistant aussi sur les dangers, voire les menaces, de la mondialisation, le président Chirac déclarait : « Nous sommes dans un monde qui est marqué par ce que l'on appelle la mondialisation, la globalisation, et qui présente des dangers, qui doit être maîtrisé, humanisé. C'est vrai sur le plan social. C'est peut-être encore plus vrai sur le plan culturel » (Chirac, 1999).

Rappelons, à ce titre, que Jacques Chirac était aussi à l'origine de l'Association internationale des maires francophones (AIMF), conjointement avec le maire de Québec, Jean Pelletier, en 1979. Il souhaitait par *là même* inscrire le partenariat culturel avec l'Amérique francophone dans un discours axé sur les liens bâtis entre francophonies et diversité culturelle plus que dans un contexte transatlantique en tant que tel. Ce

[4] « Le contexte dans lequel on peut identifier cette nouvelle relation entre tourisme, patrimoine et territoire est notamment marqué par des tensions entre les efforts des villes pour s'insérer dans la mondialisation économique internationale et la réaffirmation de valeurs qui différencient les identités locales où se trouvent ces mêmes villes ou régions. » (Nous traduisons.)

discours reléguait peut-être involontairement la relation transatlantique au ban du pluralisme culturel de l'espace francophone, à qui on ne reconnaissait aucune spécificité particulière si ce n'est une uniformité de façade caractérisée par une langue commune. C'est par ce prisme que ce site contribue à singulariser les histoires d'un ensemble francophone dont on sait aujourd'hui qu'il recouvre une multitude de réalités toutes bien différentes les unes des autres (Le Menestrel, 2002 : 473). Au cœur de cet argument se trouve bien évidemment le lien inévitable avec la France, de nature diverse selon les pays francophones avec lesquels elle est liée. Ainsi, le projet de colonisation de Champlain et de la Compagnie des Cent-Associés ne peut pas être mis sur le même plan que la colonisation africaine et ses grands projets impérialistes. Dans son article sur le Musée du Quai Branly, autre empreinte culturelle du mandat politique de Jacques Chirac, Herman Lebovics (2007) retrace les aspects problématiques de la visite de ce musée et impute à son existence la volonté française de faire revivre, en l'espace d'une visite, le prestige de son passé colonial. En effet, la collection d'objets « d'arts primitifs » invite à une interrogation sur la nature de la collection : est-elle un déploiement culturel ou une relecture du passé à la lumière d'objets trouvés par les colonialistes et illégitimement ramenés chez eux ?

Si la Maison Champlain s'est transformée d'un lieu de patrimoine en un lieu de connaissance, cela ne va pas sans problème dans l'organisation de cette même connaissance.

> La question de savoir qui détient l'autorité légitime est fondamentale pour comprendre comment s'imposent ou non certaines catégories et certaines définitions de soi ou des autres. Ainsi l'anthropologie du tourisme révèle-t-elle le caractère fluctuant des légitimités et des identités : le tourisme déstabilise certaines autorités traditionnelles, en renforce d'autres ; il cristallise des revendications identitaires ou au contraire participe de leur dissolution ; il transforme l'histoire et les modes de vie en récit et en produits (Cousin et Réau, 2009 : 27).

De cette façon, réfléchir à la source d'autorité dans la transmission du discours historique au sein des espaces touristiques, c'est aussi rendre compte des sources de pouvoir qui orientent les représentations ethnoculturelles normées.

De surcroît, comme le montre la sociolinguiste Monica Heller (2008), le mouvement de tertiarisation de l'économie en Occident a durablement affecté ses politiques linguistiques et culturelles. Les minorités francophones de l'est du Canada se sont, par exemple, tournées dans

les années 1980 vers la mise en tourisme de leur culture à la suite d'un vaste mouvement de désindustrialisation. Le même constat pourrait être dressé en France et en Belgique avec l'apparition des « éco-musées » qui retraçaient l'histoire industrielle de certaines régions au fur et à mesure que ce secteur entier de l'économie disparaissait (Steinecke, 1993 : 4). La Maison Champlain a vu le jour dans ce contexte de bouleversement économique. Aussi, le tourisme est-il venu redonner une seconde vie à la région des Marennes où se trouve le site. Brouage a d'ailleurs développé toute une économie basée sur le Canada (ou plutôt la représentation touristique du Canada) comme la vente de produits « typiquement » canadiens : cartes postales du Québec, drapeaux canadiens, sirop d'érable, etc. Cet ensemble hétéroclite d'objets authentifie par ailleurs l'expérience du touriste et remplace peut-être inconsciemment l'absence de patrimoine historique concret. Le discours historique devient alors un produit de consommation que l'on adapte à un patrimoine revisité et parfois même recréé afin d'étayer en quelque sorte la mise en tourisme (Hall et Tucker, 2004 : 34). Cette vision du musée en tant qu'entreprise a déjà été soulignée par Neil Harris : « *If attractiveness and public appeal become the museum's objectives, how in effect does it differ from any commercial institution which exists chiefly for the purpose of selling*[5]*?* » (1990 : 81) Cette adaptation commerciale de l'espace touristique est par ailleurs renforcée par le rôle croissant accordé aujourd'hui aux nouvelles technologies.

À la Maison Champlain, l'intégration de ces dernières rend compte d'une réalité sociale puisqu'un espace est réservé à la représentation actuelle de Champlain dans un film qui rassemble personnalités (Bernard Pivot, Herménégilde Chiasson) et autres participants anonymes autour du thème : « Que représente Champlain aujourd'hui pour vous ? » Cette volonté d'inscrire l'histoire de l'Amérique francophone dans une réalité sociale est la grande originalité de la Maison Champlain qui, contrairement au musée traditionnel, n'enferme pas le patrimoine dans une temporalité définie. Les expositions annuelles consacrées aux cultures nord-américaines en témoignent également. Pour Mimi Sheller et John Urry : « *If tourism is transforming the materiality of many "real places", it is also having a deep impact on the creation of virtual realities and*

[5] « Si l'attraction et la popularité deviennent les buts du musée, en quoi cette dernière institution diffère-t-elle d'un quelconque commerce qui n'existe que dans un but mercantile ? » (Nous traduisons.)

fantasized places[6] » (2004 : 4). De la même façon, dans une entrevue pour le journal économique français *l'Expansion*, la sociologue française Josette Sicsic déclare que le tourisme est aujourd'hui transformé par l'intrusion abrupte des nouvelles technologies : « La préparation du voyage a complètement changé. Grâce à l'Internet, on s'informe, on compare, on lit des commentaires, on participe à des forums, on visionne des images[7] ». Cette intégration des nouvelles technologies, de la préparation du voyage jusqu'à son achèvement, devient alors bien plus qu'un signe des temps modernes ; elle transforme le visiteur en acteur de son propre voyage, comme l'indiquent les sociologues israéliens Yaniv Gvili et Yaniv Poria : « *The Internet also has a growing effect on various aspects of tourist behavior, including search for information before and during the tourist experience*[8] » (2005 : 197). En conséquence, si l'identité du patrimoine, des localités, voire des États, est aujourd'hui revisitée en raison du tourisme, celle du touriste l'est encore plus. Comme l'indiquent Salah Wahab et Chris Cooper : « *Populations of various countries respond to this globalization of economies, markets, systems and cultures by looking at their own identities, as in contrast to globalization lies localisation which is an opposing force*[9] » (2001: 6). À ce titre, le concept du sociologue Roland Robertson, qui parle de « glocalisation » pour définir ces phénomènes globaux « qui se donnent des limites et qui doivent s'adapter aux réalités locales », semble approprié pour qualifier le développement du tourisme portant sur l'Amérique francophone en dehors du territoire nord-américain (2004 : 1).

Les touristes ne sont d'ailleurs plus amenés à se différencier les uns les autres comme ils pouvaient le faire avant l'introduction des nouvelles technologies dans l'espace touristique. En effet, ces dernières apportent

---

6 « Si le tourisme transforme la matérialité de beaucoup de "vrais espaces", cela ne va pas sans conséquence sur la création de réalités virtuelles et d'endroits fantasmés. » (Nous traduisons.)

7 « Entretien de Bernard Poulet avec Josette Sicsic », *L'Expansion*, nº 756, octobre 2010, p. 120.

8 « Internet a également un effet grandissant sur différents aspects des comportements touristiques incluant la recherche d'information avant et pendant l'expérience touristique. » (Nous traduisons.)

9 « Les populations mondiales répondent à la mondialisation des économies, des marchés, des systèmes et des cultures, en explorant leur propre identité, on trouve donc, à l'inverse de la mondialisation, la localisation qui devient une force contraire. » (Nous traduisons.)

l'émotion et l'identification, aspects fondamentaux de la culture médiatique qui contribue à effriter encore un peu plus la différence entre tourisme culturel et divertissement. Comme l'analysent les historiennes belges Chantal Kasteloot et Cécile Vanderpelen pour le musée de la Première Guerre mondiale, In Flanders Fields, de Ypres (Belgique) : « Tour à tour, le visiteur est dans les groupes de mobilisés, il est soldat sur le front, il suffoque lorsque l'on recourt aux gaz […]. Mais l'historien s'interroge : l'émotion est-elle l'instrument adéquat pour dénoncer l'horreur surtout lorsqu'elle se manifeste comme telle ? » (2000 : 57) L'utilisation de matériel audiovisuel renforce une plus grande capacité à l'émotion, s'éloignant ainsi de la réalité historique à laquelle il prétend en mêlant faits et effets : « *As regards the tourism themes, visual portrayals of ethnic/racial minorities were predominant in the history and art, and entertainment themes, both of which are often associated with culture*[10] » (Buzinde, Almeida Santos et Smith, 2006 : 720). Ainsi, la version filmique des événements historiques semble moins faire œuvre de pédagogie que de création d'une culture de masse mise à la portée du touriste anonyme, et ce, quelle que soit sa quête.

Les lieux historiques (à forte charge symbolique) se targuent donc d'être à la fois des lieux de recréation et de récréation, comme le mentionne l'historien finlandais Auvo Kostiainen : « *Historical tourism routes are clearly marketed as products to be consumed by tourists, who wish to experience a recreated version of the past*[11] » (2008 : 18). Néanmoins, le tourisme, devenu espace privilégié d'éducation à propos de l'Amérique francophone en Europe, ne peut transmettre à un public essentiellement non nord-américain la réalité sociale qu'il constitue. À ce titre, relayé par les nouvelles technologies comme Internet, le tourisme peut susciter un intérêt plus grand pour l'Amérique francophone en Europe sans toutefois dépasser ses propres limites. Il ne peut devenir un espace de rencontres humaines, où de telles rencontres ne s'effectueraient qu'indépendamment de sa volonté. Le tourisme ne remplace ni le voyage ni l'éducation dans la rencontre avec l'Autre, mais fait plutôt office de

[10] « Au regard des thèmes touristiques, les portraits visuels des minorités raciales et ethniques étaient prédominants dans l'histoire, les arts et le divertissement qui se confondent souvent derrière la culture. » (Nous traduisons.)

[11] « Les routes touristiques d'histoire sont clairement marchandisées comme des produits prêts à la consommation par des touristes qui désirent expérimenter une version ré-crée du passé. » (Nous traduisons.)

prélude ou de démystification à cette rencontre. À la Maison Champlain, le visiteur ne vient pas à la rencontre de l'autochtone, mais à la rencontre d'un Autre distant dans l'espace et dans le temps. Ce décentrement de l'Histoire au profit d'histoires conjointes entre deux continents en fait un lieu riche en créativité. Comme l'indique André Rauch : « La rencontre touristes / autochtones ne se réduit sans doute pas à quelques rites d'apaisement, ni à quelques figures policées des rapports sociaux, mais s'apparente plutôt à la mise en scène de multiples confrontations » (2002 : 389). L'Autre est pourtant vécu ici en tant qu'image. Les nouvelles technologies posent ainsi le problème de l'image-persuasion, pour reprendre les termes de Lebovics qui englobe, en un tout formaté, les nuances de représentations des cultures proposées : « *Contemporary knowledge of global cultural networks puts the museum's simple depiction of cultural interconnections in a way that has the unintended effect of primitizing the description of how the cultures on display were early connected to the elaborating world system*[12] » (2007 : 11). À ce titre, le thème si problématique de l'« aventure » (qui représente tout de même le colonialisme français du XVII^e^ siècle) est à peine évoqué à la Maison Champlain, le thème du « voyage » transatlantique (qui causait des milliers de morts à bord des bateaux) est romancé. Lebovics explique le traitement réduit de l'information muséale par le fait que la vie culturelle est aujourd'hui transformée en produit de consommation par la société du spectacle, qui induit le musée à effectuer des « changements » radicaux sous la pression économique : « *It is true that everywhere museums today need the money that large publics bring, and that they compete with television, high tech films, and Disney*[13] » (2007 : 14). Pourtant, comme l'a bien montré l'historien Martin Pâquet, l'utilisation de tactiques de communication au sein d'espaces touristiques reflète une crise identitaire profonde : « Fidèles aux procédés à la mode du *storytelling*, ils [les musées] reposent aussi sur une conception postmoderne de la virtualité des sociétés » (2010 : 156).

---

12 « La connaissance contemporaine des réseaux culturels globaux rend la simple description d'interconnections culturelles par le musée d'une façon telle qu'elle produit l'effet insoupçonné de simplifier la description du "comment" les cultures montrées étaient très tôt connectées entre elles dans un système-monde élaboré. » (Nous traduisons.)

13 « Il est vrai qu'à l'heure actuelle, les musées ont besoin de l'argent des masses, et entrent donc en concurrence avec la télévision, les films high-tech et Disney. » (Nous traduisons.)

En effet, le discours historique est pour lui « offert sans contextualisation et sans mode d'emploi, se cantonnant principalement à l'expérience esthétique et émotionnelle, le passé comme spectacle fournit alors un arsenal de clichés qui alimenteront la production d'opinions micro politiques et micro identitaires » (2010 : 157). Les nouvelles technologies contribuent, au sein des musées, au développement de l'oralité, qui participe à la dématérialisation des cultures. Cette dernière, construction humaine s'il en est, matérialisée traditionnellement dans les musées sous la forme de textes, peintures ou objets, devient virtuelle et par là même, se voit privée d'existence concrète. Il est intéressant de noter que non seulement la production humaine n'est plus présente dans la forme, mais qu'elle disparaît également du fond. En effet, le discours virtuel s'applique à faire de son objet les causes immatérielles de l'Histoire humaine, comme l'environnement, à l'instar de certains films projetés à la Maison Champlain, mais aussi dans d'autres musées européens (Richards, 1996 : 45). L'immatérialité du discours, surtout lorsqu'elle est disjointe de toute trace patrimoniale ou archéologique du passé, peut donc éventuellement renvoyer à une vision antihumaniste des sociétés humaines.

Il semble donc que la promotion de l'histoire de l'Amérique francophone en Europe au sein de l'industrie du tourisme n'aille pas sans problèmes. Si le tourisme contribue à la connaissance d'une information défaillante dans les milieux traditionnels de transmission (tels que l'école), il ne peut à lui seul devenir le gardien de liens culturels dynamiques entre l'Europe et l'Amérique francophone. Ces deux institutions que constituent l'éducation et le musée se doivent donc de travailler à des projets communs, comme l'explique Michel Allard : « En se dotant d'un ensemble d'activités structurées à des fins éducatives, le musée est devenu un véritable lieu d'éducation formelle » (2000 : 121). Le dialogue entre ces deux institutions culturelles pourrait notamment autoriser une meilleure gestion du discours historique, qui semble aujourd'hui entièrement livré à l'économie de marché et au bon vouloir du consommateur. D'autre part, comment prévoir l'impact à long terme sur l'identité canadienne-française de la déterritorialisation du discours historique ? Cette question reste en suspens et ne recevra de réponses qu'au cours des années à venir qui détermineront véritablement la relation encore instable entre tourisme et discours historique. Pourtant, il est certain que le tourisme aujourd'hui amène de nouvelles pratiques culturelles et influence l'identité du territoire : avant la remise en valeur touristique de Brouage, la ville n'était

associée à Samuel de Champlain que par une plaque commémorative. Elle est depuis associée au Canada français, de son église à son école, renforçant des liens d'amitié transatlantiques, tout en permettant à une petite localité de renaître de ses cendres.

BIBLIOGRAPHIE

Abbassi, Driss (2009). « De la colonie à l'État indépendant : le tourisme en Tunisie entre propagande et pédagogies », dans Colette Zytnicki et Habib Kazdaghli (dir.), *Le tourisme dans l'Empire français : politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Société française d'histoire d'outre-mer, p. 387-398.

Allard, Michel (2000). « Le musée, agent de changement en éducation », dans Serge Jaumain (dir), *Les musées en mouvement* : *nouvelles conceptions, nouveaux publics (Belgique, Canada),* Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, p. 121-130.

Augeron, Mickaël, Jacques Péret, Thierry Sauzeau (dir.) (2010). *Le golfe du Saint-Laurent et le Centre-Ouest français : histoire d'une relation singulière (XVIIe-XIXe siècle)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

Besnier, Sophie (2001). *Les lieux de mémoire québécois et acadiens en Charente-Maritime,* mémoire de maîtrise, La Rochelle, Université de La Rochelle.

Breathnach, Teresa (2006). « Looking for the Real Me: Locating the Self in Heritage Tourism », *Journal of Heritage Tourism*, vol. 1, nº 2, p. 100-120.

Buzinde, Christine N., Carla Almeida Santos et Stephen L. J. Smith (2006). « Ethnic Representations: Destination Imagery », *Annals of Tourism Research*, vol. 33, nº 3 (juillet), p. 707-728.

Champagne, Alain (2010). « Brouage, une ville entre histoire et archéologie (XVIe-XVIIe siècle) », dans Mickaël Augeron, Jacques Péret et Thierry Sauzeau (dir.), *Le golfe du Saint-Laurent et le Centre-Ouest français : histoire d'une relation singulière (XVIIe-XIXe siècle)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 225-236.

Chartier, Jean (1997). « De Gaulle s'était adressé aux Québécois dès 1940 », *Le Devoir*, 23 juillet, [En ligne], [http://www.vigile.net/spip.php?page=archives&u=http://archives.vigile.net/pol/nation/chartier1940.html] (25 novembre 2010).

Chirac, Jacques (1999). « Déclaration de M. Jacques Chirac, Président de la République, sur les relations entre la France et le Canada et la France et le Québec et sur la défense de la francophonie, Québec le 2 septembre 1999 », sur le site Vie-publique.fr, réalisé par la Direction de l'information légale et administrative, [En ligne], [http://lesdiscours.vie-publique.fr/pdf/997000161.pdf] (25 novembre 2010).

Chon, Kaye S. (1990). « The Role of Destination Image in Tourism: A Review and Discussion », *The Tourist Review*, vol. 45, nº 2, p. 2-9.

Clifford, James (1997). *Routes, Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Cambridge, Harvard University Press.

Commune de Hiers-Brouage (2006). [En ligne], [http://www.hiers-brouage.fr/] (20 novembre 2010).

Coste, George (2003). « L'inventaire des lieux de mémoire de la Nouvelle-France en Poitou-Charentes », *In Situ : revue des patrimoines*, nº 3 (printemps), [En ligne], [http://www.insitu.culture.fr/article.xsp?numero=3&id_article=d1b-823] (20 novembre 2010).

Cousin, Saskia, et Bertrand Réau (2009). « Tourisme », *EspacesTemps.net*, 29 juillet, [En ligne], [http://www.espacestemps.net/document7890.html] (25 novembre 2010).

Doucet, Robert (réalisateur) (1989). *En quête d'un pays* [court métrage d'animation], réalisation, dessins et animation : Robert Doucet ; texte : Eunice Macaulay, basé sur les journaux de Samuel de Champlain, production : Office national du film du Canada, 8 min 8 s, [En ligne], [http://www.onf.ca/film/En_quete_d_un_pays/] (25 novembre 2010).

« Entretien de Bernard Poulet avec Josette Sicsic », *L'Expansion*, nº 756, octobre 2010, p. 119-122.

Fiquet, Nathalie (2010). *L'épopée de Champlain, de Brouage à Québec* [enregistrement vidéo], production : Mativi Poitou-Charentes (chaîne de télévision sur Internet), 8 avril, 6 min 14 s, [En ligne], [http://www.dailymotion.com/video/x50xc7_l-epopee-de-champlain-de-brouage-a_news] (20 novembre 2010).

Furt, Jean-Marie, et Franck Michel (dir.) (2006). *Tourismes et identités*, Paris, L'Harmattan.

Ghali, Naim (2009). « Tourisme culturel en Tunisie : état des lieux et perspectives », dans Colette Zytnicki et Habib Kazdaghli (dir.), *Le tourisme dans l'Empire français : politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Société française d'histoire d'outre-mer, p. 399-411.

Gouvernement du Canada (2004). « La Maison Champlain à Brouage », *Canada-France, 1604-2004*, [En ligne], [http://www.canada-2004.org/maisonchamplain/index.php?langue=FR] (20 novembre 2010).

Guillemet, Dominique (2008). « L'Amérique française ou "la mémoire partagée" », dans Marc St-Hilaire, Alain Roy, Mickaël Augeron et Dominique Guillemet (dir.), *Les traces de la Nouvelle-France au Québec et en Poitou-Charentes*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, p. 12-14.

Gvili, Yaniv, et Yaniv Poria (2005). « Online Mass Customization: The Case of Promoting Heritage Tourist Websites », *Anatolia,* vol. 16, nº 2, p. 194-206.

Hackett Fischer, David (2009). *The French Vision for North America* [enregistrement vidéo], interviewer : Richard Borkow ; vidéographe : Andrada Productions ; éditeur : Richard Anthony Blake, Brandeis University, Waltham, Massachusetts, 8 min 23 s,

22 mai, [En ligne], [http://www.youtube.com/watch?v=YNoj2OJuFxA&feature=related] (20 novembre 2010).

Hall, Michael C., et Hazel Tucker (dir.) (2004). *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*, New York, Routledge.

Harris, Neil (1990). *Cultural Excursions: Marketing Appetites and Cultural Tastes in Modern America*, Chicago, University of Chicago Press.

Heller, Monica (2008). « Competència entre ideologies lingüístiques » [enregistrement vidéo], jornades de la Càtedra de multilingüísme Linguamón, Universitat Oberta Catalunya, Barcelona, 7 juillet, 1 h 15 min 9 s, [En ligne], [http://www.youtube.com/watch?v=KElfKtFHz7g] (25 novembre 2010).

Jacquet, Christophe (2002). « Une ministre canadienne inaugure le chantier de la Maison Champlain », *Sud-Ouest*, Charente-Maritime, juillet, p. 12-13.

Kasteloot, Chantal et Cécile Vanderpelen (2000). « De l'historien partenaire à l'historien alibi », dans Serge Jaumain (dir), *Les musées en mouvement* : *nouvelles conceptions, nouveaux publics (Belgique, Canada),* Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, p. 53-62.

Kostiainen, Auvo (2008). « Historical Routes Re-invented for Tourism », dans Auvo Kostiainen et Taina Syrjämaa (dir.), *Touring the Past: Uses of History in Tourism,* Joensuu, The Finnish University Network for Tourism Studies.

Lebovics, Herman (2007). « Echoes of the "Primitive" in France's Move to Postcoloniality: The Musée du Quai Branly », *Globality Studies Journal*, nº 4 (février), p. 1-18, [En ligne] [https://globality.cc.stonybrook.edu/].

Le Menestrel, Sara (2002). « Expérience louisianaise, figures touristiques et faux-semblants », *Ethnologie française*, « Touriste, autochtone, qui est l'étranger ? », vol. 23, nº 3, p. 461-473.

Litalien, Raymonde, et Denis Vaugeois (dir.) (2004). *Champlain, la naissance de l'Amérique française*, Sillery, Les Éditions du Septentrion.

Morro, Antoni, et Jaume Sureda (2009). *El turisme cultural*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.

Pâquet, Martin (2010). « Entre cacophonie des interprétations et juste rapport au passé : sur la célébration du présent et le passé comme spectacle », dans Éric Bédard et Serge Cantin (dir.), *L'histoire nationale en débat : regards croisés sur la France et le Québec*, avec la coll. de Daniel Lefeuvre, Paris, Riveneuve éditions, p. 147-164.

Plagnol, Olivier (2003). « Samuel Champlain, de retour à la maison », *Sud-Ouest*, Charente-Maritime, avril, p. 6-7.

Rauch, André (2002). « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », *Ethnologie française,* vol. 23, nº 3, p. 389-392.

Richards, Greg (1996). *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford, CAB International Publishing.

Robertson, Roland (2004). « Nous vivons dans un monde glocalisé », *Le Courrier*, 15 juin, [En ligne], [http://www.lecourrier.ch/nous_vivons_dans_un_monde_glocalise] (6 décembre 2010).

Selwyn, Tom (1996). *The Tourist Image, Myths and Myth Making in Tourism*, New York, John Wiley and Sons Editions.

Sheller, Mimi, et John Urry (dir.) (2004). *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*, Oxford, Routledge.

Steinecke, Albrecht (1993). « The Historical Development of Tourism in Europe », dans Wilhelm Pompl et Patrick Lavery (dir.), *Tourism in Europe: Structures and Developments,* Wallingford, CAB International Publishing, p. 3-12.

St-Hilaire, Marc, Alain Roy, Mickaël Augeron et Dominique Guillemet (dir.) (2008). *Les traces de la Nouvelle-France au Québec et en Poitou-Charentes*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval.

Université Laval. Centre interuniversitaire d'études québécoises (2004). *Bulletin de l'Inventaire des lieux de mémoire de la Nouvelle-France*, vol. 4, nº 1 (octobre), [En ligne], [http://www.memoirenf.cieq.ulaval.ca/quebec/bulletins/Bulletin_4_1.pdf] (6 décembre 2010).

Vige, Eliane, et Jimmy Vige (1990). *Brouage : capitale du sel et patrie de Champlain,* Saint Jean d'Angély, [Bordessoules].

Villeneuve, Janique (2010). « Sur les traces des explorateurs », *Sud-Ouest*, Charente-Maritime, 29 juillet, [En ligne], [http://www.sudouest.fr/2010/07/29/sur-les-traces-des-explorateurs-149554-1364.php] (20 novembre 2010).

Wahab, Salah, et Chris Cooper (dir.) (2001). « Tourism, Globalisation and the Competitive Advantage of Nations », dans *Tourism in the Age of Globalisation***,** London, Routledge, p. 3-21.